

Des besoins en commerciaux

En 2013, selon l'Association pour l'emploi des cadres, 34 000 à 36 000 recrutements sont prévus, dans l'immobilier, l'assurance et le commerce interentreprises, notamment.

DOSSIER RÉALISÉ PAR MARIE LEPESANT

Dans un contexte économique encore fragile, le commercial joue un rôle majeur. Présent dans des sociétés de toute taille et dans tout type de secteurs d'activité, il peut vendre à des particuliers ou à des professionnels. Qu'il soit téléconseiller, attaché commercial, ingénieur commercial ou directeur commercial, il contribue au développement du chiffre d'affaires de l'entreprise et à la fidélisation de la clientèle. Des ressources humaines dont il est difficile de se passer à l'heure actuelle. En 2013, selon l'Association pour l'emploi des cadres (Apec), 34 300 à 36 800 recrutements sont prévus. « Si on constate depuis septembre 2012, tous métiers confondus, une

baisse de volumes des recrutements, un petit rebond a eu lieu en avril et en juillet et un nouveau devrait intervenir normalement en septembre », explique Sacha Kalusevic, directeur au sein du pôle commercial de Page Personnel. Des opportunités sont à saisir dans des secteurs aussi divers que l'immobilier (*lire ci-dessous*), l'informatique et les télécommunications, la grande distribution alimentaire, la vente de vins aux particuliers. Dans le commerce interentreprises, sur les 50 000 recrutements prévus en 2013, la moitié concernent des postes de commerciaux. D'après Sacha Kalusevic, des opportunités sont à saisir dans des

PME positionnées sur des niches comme le matériel de manutention, le stockage, les consommables techniques.

Au sein des banques et des assurances, qui comptent une part importante de commerciaux dans leurs

Nul besoin de rester cantonné dans un domaine d'activité

effectifs, les recrutements continuent malgré la conjoncture. Depuis trois ans, Maaf Assurances recrute ainsi, chaque année, environ 200 commerciaux. Les sédentaires, représentant le plus gros des effectifs et des embauches, sont recrutés majoritairement à bac + 2. « Nous avons des difficultés à trouver des candidats en région parisienne et

dans l'Est de la France », remarque Catherine Sales, responsable de la gestion des ressources humaines au sein de Maaf Assurances. Qu'il soit sédentaire ou sur le terrain, le profil idéal pour la société d'assurances est une personne justifiant d'au moins cinq ans d'expérience, que ce soit dans ce secteur d'activité ou dans un autre. Nul besoin en effet de rester cantonné dans un domaine : les recruteurs cherchent avant tout de bons vendeurs, quitte à les former à l'embauche aux spécificités de leur activité propre.

Pour les candidats, l'un des principaux atouts de la fonction commerciale est d'offrir de nombreuses opportunités de changement. Si la volonté, l'intérêt et la performance sont au rendez-vous, les perspectives d'évolution le seront aussi.

L'immobilier recrute !

Le 26 août, dans les colonnes du « Parisien », Guy Hocquet annonçait 500 embauches d'ici à la fin de l'année. « Ce recrutement traduit notre confiance dans notre activité », indiquait Fabrice Abraham, directeur général du réseau, dont les ventes ont augmenté de 16 % en juillet. En dépit du projet de loi Alur qui suscite l'inquiétude des professionnels, Guy Hocquet n'est pas le seul à afficher son optimisme sur l'état du marché : l'Observatoire crédit logement-CSA souligne pour le 2^e trimestre un bond des crédits im-

mobiliers. « On note un regain d'activité », confirme Olivier Alonso, PDG de Solvimo. Traditionnellement soumis à un turnover important lié à l'activité commerciale, le secteur continue donc à recruter. Chez Century 21, pas moins de « 1 200 postes sont actuellement à pourvoir », selon le président, Laurent Vimont. La majorité des besoins sont concentrés sur le domaine de la transaction (plus de 600 postes de conseillers vente) et de la location (116 conseillers location et développement).

Du côté de Solvimo, ce sont plus de 350 commerciaux qui sont attendus sur les six prochains mois. « Principalement dans trois zones : Paris,

Lyon, et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur », précise Olivier Alonso. Objectif du groupe qui compte 160 points de vente en France : augmenter sa présence sur le terrain. « Nous devons grossir la taille de nos agences, pour avoir un périmètre d'action plus grand. »

Un site pour tester son profil

Même constat chez Maxihome où 200 commerciaux sont attendus. Un volume important pour le réseau qui emploie aujourd'hui 260 négociateurs. « Nous avons enregistré une hausse de 47 % de notre chiffre d'affaires en 2013, et nous voulons maintenant appuyer sur l'accélérateur pour atteindre la taille critique », résume son prési-

dent, Christophe Celdran. Dans chacune de ces enseignes, les candidats n'ont pas besoin d'être issus du sérail : « Nous acceptons les commerciaux venant d'autres horizons professionnels », indique le président de Solvimo. Idem chez Century 21 où l'on attend des postulants qu'ils aient un savoir-être. « C'est une histoire d'empathie, de volonté de servir, de ténacité. L'immobilier offre de belles opportunités aux gens courageux et qui ont envie de faire carrière », souligne Laurent Vimont. Ceux qui le souhaitent peuvent d'ailleurs tester leur profil sur le site de recrutement du réseau : www.lesmeilleurstalents.com.

Ch. R.

EN SAVOIR PLUS

Y ALLER

► **Forum Emploi Initialis** le jeudi 12 septembre de 10 heures à 18 heures à Paris Expo, porte de Versailles. Renseignements et inscriptions : www.initialis.org.

► **Carrefour des carrières commerciales** le mardi 17 septembre de 10 heures à 18 heures à l'Espace Champerret, Paris (XVII^e). Inscriptions : www.jobrencontres.fr.

À CONSULTER

► **Le site des Dirigeants commerciaux de France** : www.reseau-dcf.fr.

► **Le site de la Maison du commercial**, association spécialisée dans les forces de vente externes : www.lamaisondumcommercial.fr.

► **Un site dédié au commerce interentreprises** (formations, offres d'emploi) : www.mybtob.fr.

À LIRE

► **« Vous êtes vendeur, le saviez-vous ? »** de Daniel Pink, Ed. Pearson, 2013, 288 pages. 25 €.

► **« La Boîte à outils du commercial »** de Pascale Bélorgey et Stéphane Mercier, Ed. Dunod, 2013, 192 pages. 26, 50 €.

L'AVIS DE...



(DR.)

► **Francis PETEL**, délégué national des Dirigeants commerciaux de France (DCF) et directeur de l'Observatoire permanent de la fonction commerciale

« Une première expérience est recommandée pour les débutants »

Dans quels secteurs recrute-t-on des commerciaux ?

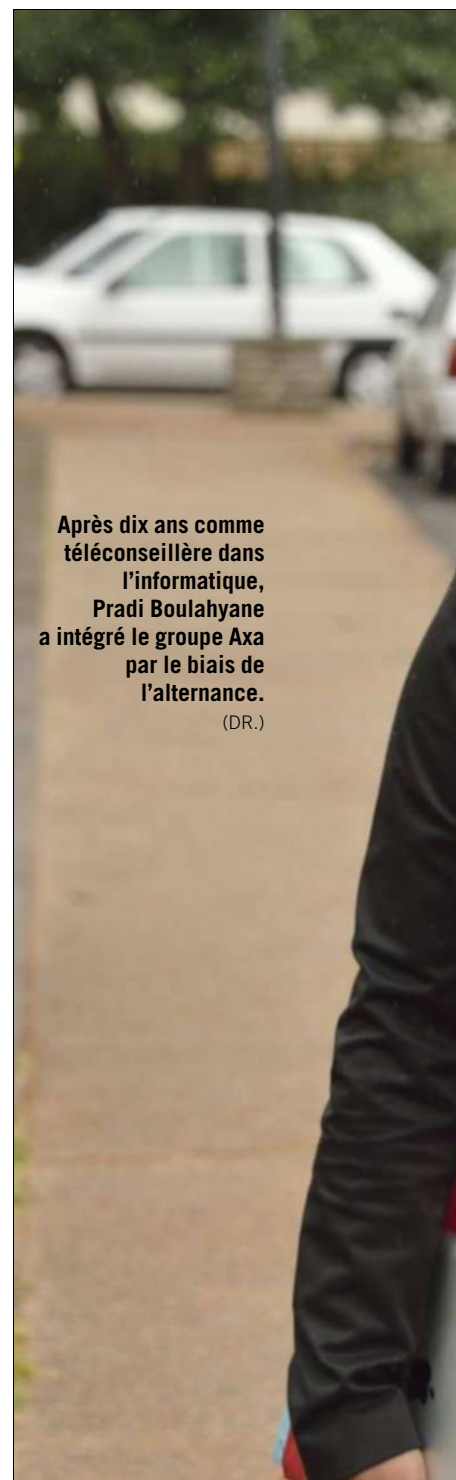
Il y a deux ans, les services à la personne avaient le vent en poupe mais plus maintenant. Aujourd'hui, ce sont, à titre d'exemple, les nouvelles technologies de l'information et de la communication qui recrutent. Quant au secteur des biens de consommation, il continue à embaucher, même en période difficile, afin de compenser un turnover structurel. Les cadres sont prêts à changer d'entreprise pour gagner plus. Les entreprises ont d'autant plus besoin de commerciaux qu'elles ont un chiffre d'affaires important et qu'elles font face à la croissance.

Quels sont les postes proposés ?

Depuis près de dix ans, le métier de commercial sédentaire s'est développé et a évolué. Aujourd'hui, son rôle consiste souvent à finaliser la vente par téléphone. A noter que le consommateur étant de plus en plus informé sur les offres, la négociation peut être plus difficile. Le commercial terrain, quant à lui, est toujours très présent surtout dans le B to B (NDLR : vente de produits ou de services à des professionnels). Dans ce cas en particulier, un contact personnalisé et en face à face est nécessaire. Enfin, le métier de téléconseiller, souvent associé au service après-vente alors qu'il peut aussi réaliser des ventes, offre également des opportunités.

Quels sont les profils les plus recherchés ?

Pour les débutants, une première expérience augmente considérablement leur chance de trouver un emploi. En termes de diplôme, les candidats ayant un bac + 2 et surtout un bac + 3 sont appréciés. S'ils ont opté pour l'alternance, c'est un atout certain. Depuis quelques années, les banques et les sociétés d'assurance recrutent des bac + 5 pour répondre à leurs besoins spécifiques. Dans tous les cas, il est demandé des compétences commerciales, marketing et une bonne connaissance des outils notamment d'aide à la vente ou de gestion de la relation clients. Le recrutement d'un commercial peut durer deux fois plus longtemps que celui d'un chef comptable, par exemple.



Après dix ans comme téléconseillère dans l'informatique, Pradi Boulahyane a intégré le groupe Axa par le biais de l'alternance.

(DR.)

toujours importants



► **Pradi BOULAHYANE**, 36 ans, conseillère clientèle au sein du réseau Axa épargne et protection en région parisienne

« Je gère 200 clients, des particuliers et professionnels »

Diplômée d'un BTS commerce international, Pradi Boulahyane commence son parcours professionnel comme téléconseillère dans l'informatique. Elle évoluera pendant dix ans dans ce secteur. « Grâce à cette expérience, j'ai acquis une aisance relationnelle et des compétences en nouvelles technologies », raconte-t-elle. En 2011, elle décide de changer d'univers et choisit le monde de l'assurance. Elle intègre, par le biais de l'alternance, le groupe Axa en tant que conseillère clientèle épargne et protection. Pendant six mois, elle suit une formation théorique et participe à des rendez-vous clients

avec un tuteur. Aujourd'hui, Pradi Boulahyane gère un portefeuille de 200 clients, des particuliers et des professionnels habitant en région parisienne. Elle les conseille et leur vend des produits de protection sociale et d'épargne. « J'aide les gens à préparer leur retraite et à protéger leur famille ainsi que leur patrimoine », précise-t-elle.

La majeure partie de son temps, elle le passe sur le terrain pour prospecter — à raison de 3 ou 4 rendez-vous par jour — et rendre visite à ses clients. Une fois par semaine, elle retrouve ses collègues pour échanger sur

leur quotidien. Ce métier, devenu une vraie passion pour la jeune femme, lui permet de gagner entre 29 000 € et 35 000 € brut annuel selon les performances réalisées.

Depuis qu'elle est arrivée dans l'entreprise, elle a gagné deux challenges commerciaux. « Il est rare d'obtenir un refus catégorique quand on a le sourire. La clé, c'est l'empathie. Si on possède cette qualité, ce métier n'est pas difficile », explique-t-elle.

L'année prochaine, Pradi Boulahyane devrait bénéficier d'une évolution et devenir conseillère clientèle confirmée.

« La clé de ce métier, c'est l'empathie »

► **Stéphane DA MOTA**, 35 ans, directeur commercial de Viareport à Paris (75)

« Je m'occupe des gros contrats et je manage 20 personnes »

La fibre commerciale, Stéphane Da Mota l'a depuis le lycée et il n'a cessé de la cultiver. En parallèle de ses études d'économie et de gestion à l'université, il est vendeur dans un magasin de vêtements. Durant son cursus à l'école de management Ifag de Paris, il effectue un stage d'été dans une société de services en ingénierie informatique. « J'ai pris le bottin et le téléphone et c'était parti ! » se souvient-il. De l'ardeur à l'ouvrage qui lui vaut de remporter des concours face à des commerciaux plus expérimentés.

Il décroche son premier poste chez l'éditeur de logiciels de gestion Cegid comme ingénieur commercial. Sept ans plus tard, il est responsable des ventes grands comptes. Mais le jeune homme a la bougeotte et envie de plus d'autonomie et de nouveaux défis. Depuis un an et demi, il est directeur commercial de Viareport, éditeur et intégrateur de logiciels de gestion financière. Il affiche un salaire annuel de 90 000 € à 110 000 € brut en fonction de l'atteinte ou non des objectifs. « Je manage une équipe de 20 personnes, soit deux fois plus importante qu'auparavant, et je suis associé de la structure », explique-t-il. Au-delà du management, ses missions principales consistent à déterminer et piloter le budget commercial annuel et à rencontrer la concurrence et les partenaires tech-

« En stage d'été, j'ai pris le bottin et le téléphone et c'était parti ! »



Stéphane Da Mota est passé d'ingénieur commercial à directeur commercial en moins de dix ans.

(LP/Humberto De Oliveira.)

Les techniciens commerciaux très prisés

■ Selon la dernière enquête « Besoins en main-d'œuvre » réalisée par Pôle emploi, les attachés commerciaux, encore appelés techniciens commerciaux, font partie des 10 postes les plus recherchés avec 23 890 projets de recrutement en 2013. Les profils souhaités sont très différents selon les secteurs : du bac pro à bac + 4-5 si le produit à vendre est très pointu. Le réseau Grosfillex Fenêtres (150 points de vente), par exemple, recrute chaque année une centaine de technico-commerciaux, débutants ou confirmés, chargés de prospecter sur les salons et au domicile des particuliers mais

aussi d'assister à la réception des chantiers. Pour Laurent Raymond, directeur du réseau, ce n'est pas tant le diplôme que le savoir-être et l'expérience qui importent. « Nous vendons des produits techniques et nous devons apporter aux clients une solution personnalisée », précise-t-il. Les candidats ayant déjà une pratique de la vente de produits sur mesure tels que des cuisines, des piscines ou des cheminées sont donc fortement appréciés. Dès l'embauche, ils recevront une formation de quinze jours afin d'acquérir la connaissance des produits et la méthode de vente spécifique du réseau.

nologiques. Son goût pour la vente ne s'est pas émoussé au fil des années, au contraire. « Je m'occupe des gros contrats et des clients stratégiques », précise-t-il. En parallèle de son activité, il s'in-

vestit au sein du comité de direction de l'antenne Ile-de-France du réseau Dirigeants commerciaux de France (DCF). L'occasion de partager et d'apprendre toujours plus sur son métier.